



Stadt  
Landshut

# Markenstrategie Stadt Landshut

---

Dr. Dominik Erhardt

Landshut, 13. November 2024

# Überblick über das Vorgehen

1. Workshop am 16.10.2024

**Entwicklung der Basis  
der Markenpositionierung**



**Stakeholderanalyse**

**+**

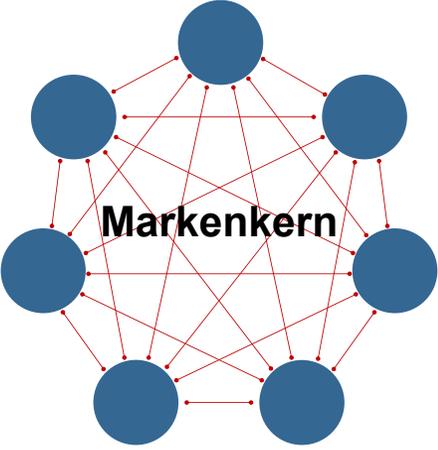
**Wettbewerbsanalyse**

**+**

**Leistungsanalyse**

16.10.2024 bis 13.11.2024

**Gestaltung von  
Positionierungsvorschlägen**



**+**

**Positionierungsstatement**

**+**

**Markenclaim**

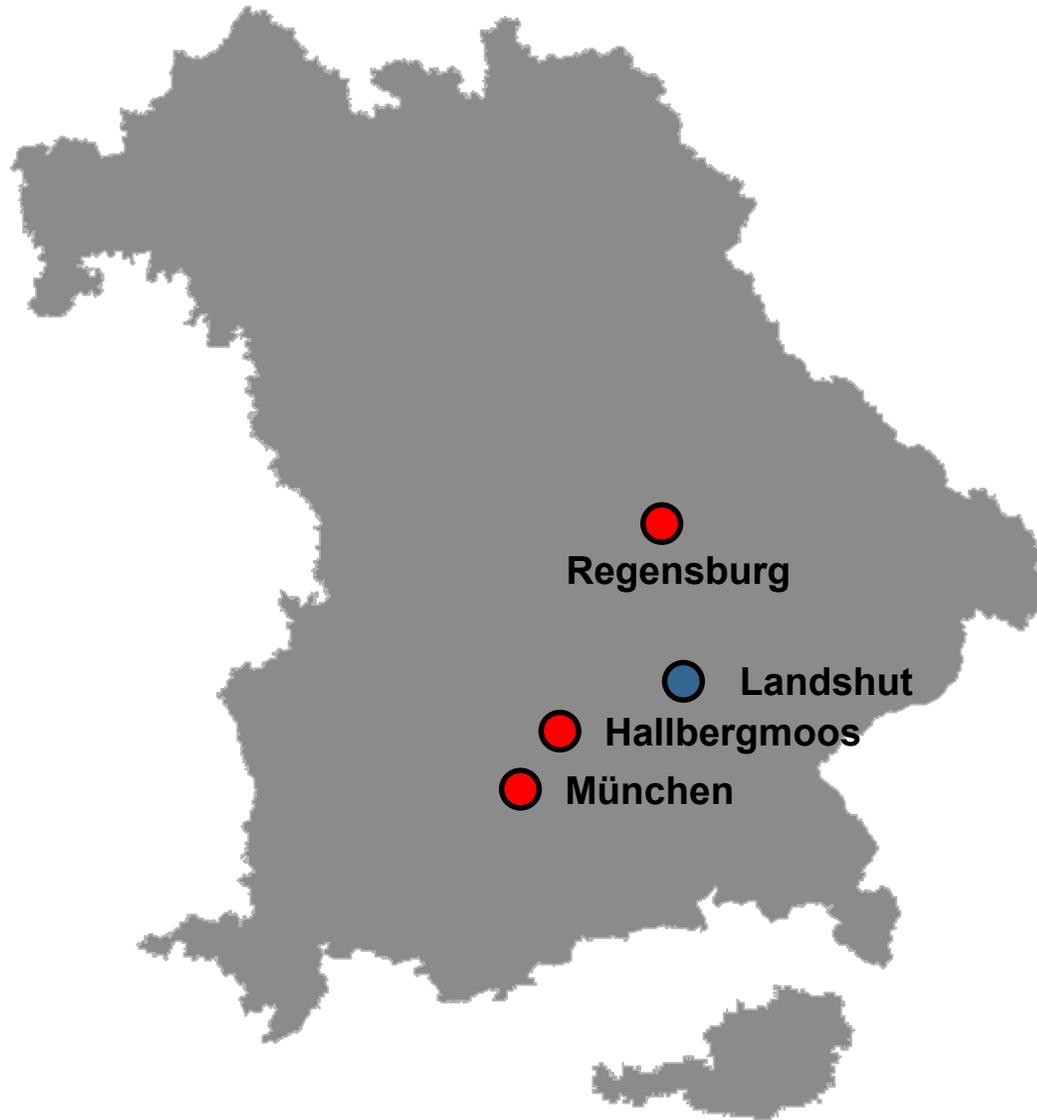
2. Workshop am 13.11.2024

**Besprechung der Positionierungs-  
vorschläge und des Markendesigns**

**Positionierungsvorschlag**

**+**

**Markendesign**



## ● **Landshuter Haupt-Wettbewerber**

### **Hallbergmoos:**

- **Spitzenleistungen:** Flughafennähe, Autobahnnähe, günstig für Gewerbe, ÜFEX

### **München:**

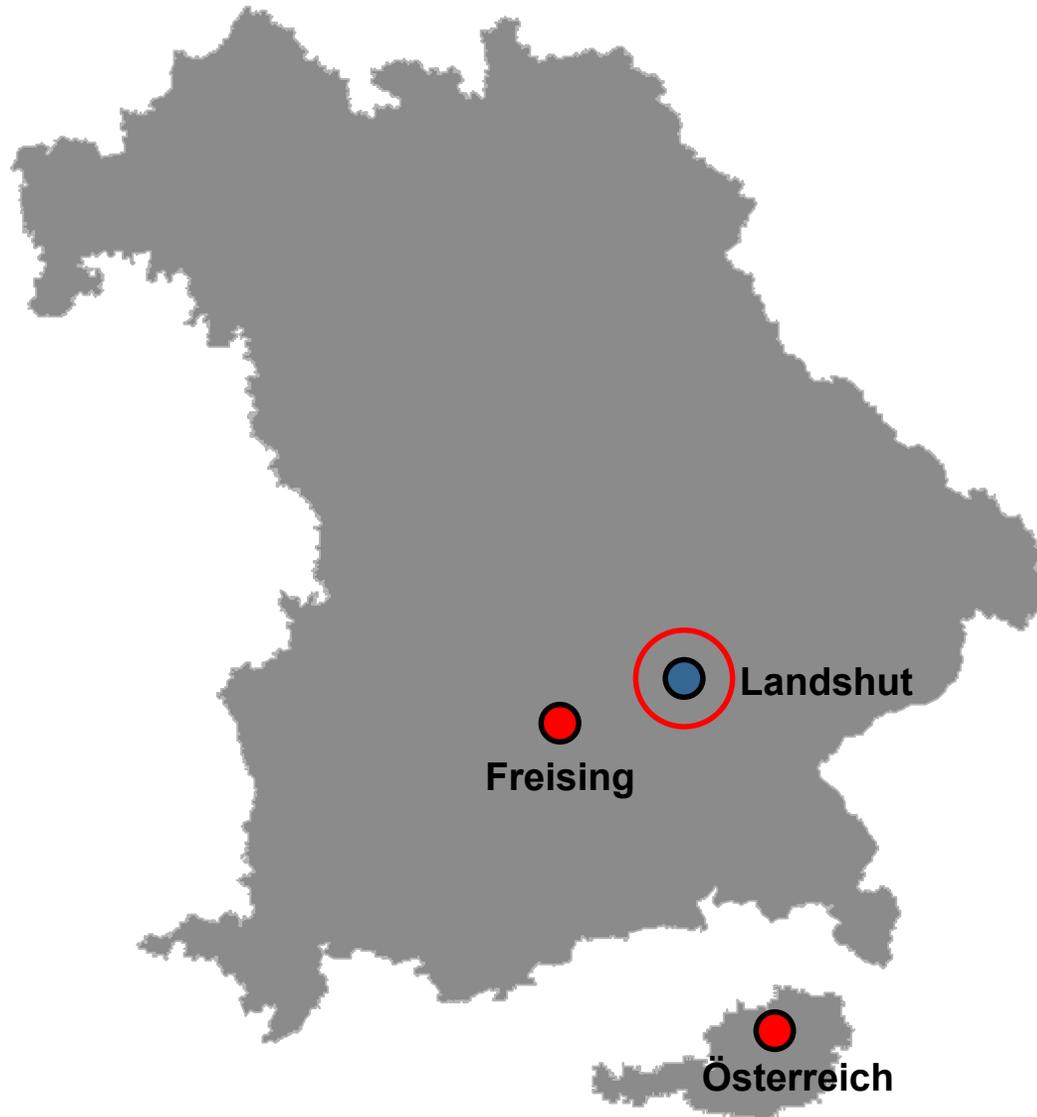
- **Spitzenleistungen:** Arbeitskräfte, Arbeitsplätze

### **Regensburg:**

- **Spitzenleistungen:** Gewerbliche Vielfalt, guter Verkehrsanschluss

## ● **Landshut:**

- **Wettberwerbsvorteil:** Wenig Arbeitslosigkeit, hohe Kaufkraft



## ● **Landshuter Haupt-Wettbewerber**

### **Ländlicher Raum um Landshut:**

- **Spitzenleistungen:** günstigeres Wohnen, Ruhe, Zusammenhalt

### **Freising:**

- **Spitzenleistungen:** Zentrale Lage (Flughafen), großstädtischer

### **Österreich:**

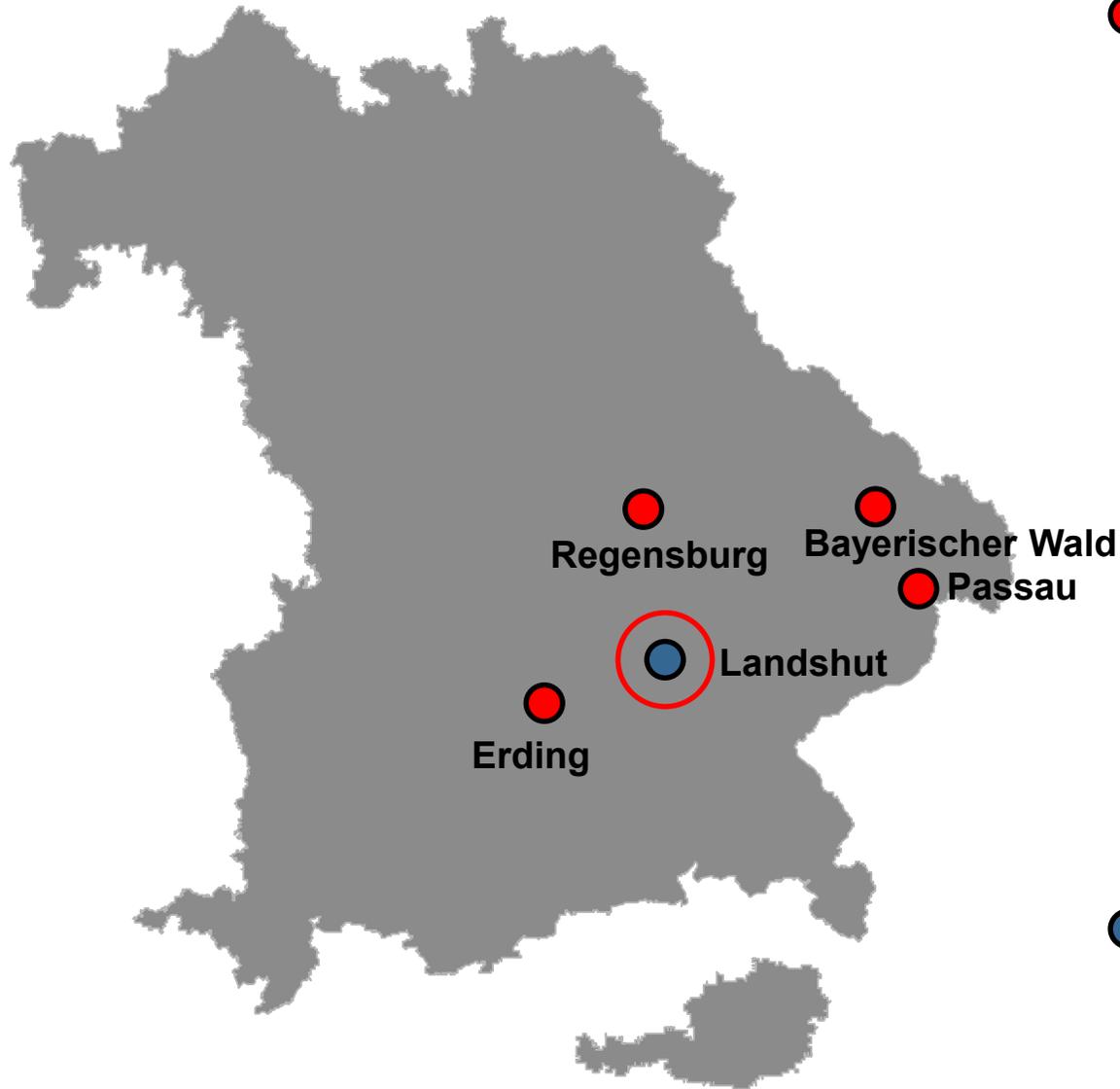
- **Spitzenleistungen:** Landschaft, Mentalität, guter Verdienst, Mitte Europas (gute Lage)

## ● **Landshut:**

- **Wettbewerbsvorteil:** Eishockey, Sportstadt, inhabergeführte Geschäfte, kurze Wege, grüne Lage

# Wettbewerbsanalyse | Tourismusraum

*Dokumentation der Arbeitsergebnisse*



## ● **Landshuter Haupt-Wettbewerber**

### **Regensburg:**

- **Spitzenleistungen:** Weltkulturerbe, Gastronomie, historische Innenstadt, bereites Angebot

### **Passau:**

- **Spitzenleistungen:** Kreuzfahrten, historische Altstadt, übersichtlich, Landschaft

### **Bayerischer Wald:**

- **Spitzenleistungen:** Spa-Angebote, Natur, Nähe zu Tschechien und Österreich, P/L-Verhältnis

### **Erding:**

- **Spitzenleistungen:** Therme

## ● **Landshut:**

- **Wettbewerbsvorteil:** LaHo, kompakter, große Prachtstraße, von der Isar durchzogen, Gastronomie an der Isar, größter Backsteinturm der Welt

# LEISTUNGSANALYSE

*Dokumentation der Arbeitsergebnisse*



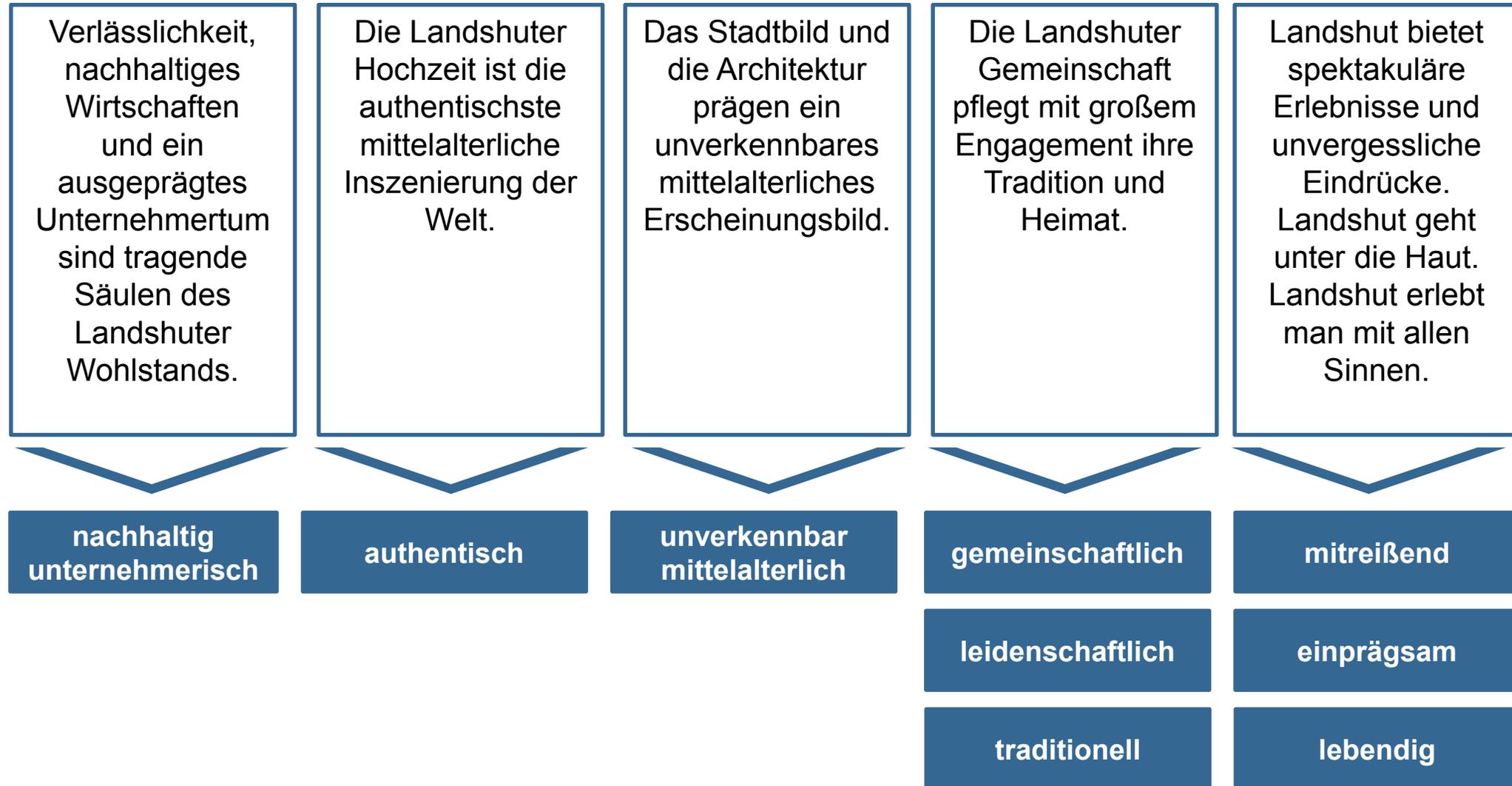
**Leistungen**

**Verdichtung**

Was hat Landshut erfolgreich gemacht?	Was ist typisch Landshut?	Was macht Landshut unverwechselbar?	Was macht Landshut überlegen?
Historisch	Typisch	Anders	Überlegen
Eishockey	Spektakel	LaHo	LaHo
LaHo	Kunst und Kultur	Shopping (inhabergeführt)	Großveranstaltungen
Reinheitsgebot	Leinberger bis Koenig	Events	Bürgerliches Engagement
Geschichtsbewusstsein	Eishockey	Vereine	Eishockey-Talentschmiede
Handel (Salz etc.)	Keramikschule	Beständig	Kulissen
	Fleischerschule	Identität	Flair
	Bürgerstolz	Tradition	viele Wochenendevents
	Erhalt Gesamtensemble		Nähe
	Mittelalter		authentisch
	Buchskranzl		historisch
			Wohlstand
			mitreißend
			innovativ
			Lage/ Mobilität
<b>lebendig</b>	<b>einprägsam</b>	<b>Verlässlichkeit</b>	<b>einzigartiges bürgerliches Engagement (LaHo)</b>
<b>unternehmerisch</b>	<b>Mittelalter</b>	<b>Beständigkeit</b>	<b>authentisch</b>
	<b>spektakulär</b>	<b>Leidenschaft für Heimat</b>	<b>mitreißend</b>
	<b>Erlebniswert</b>		

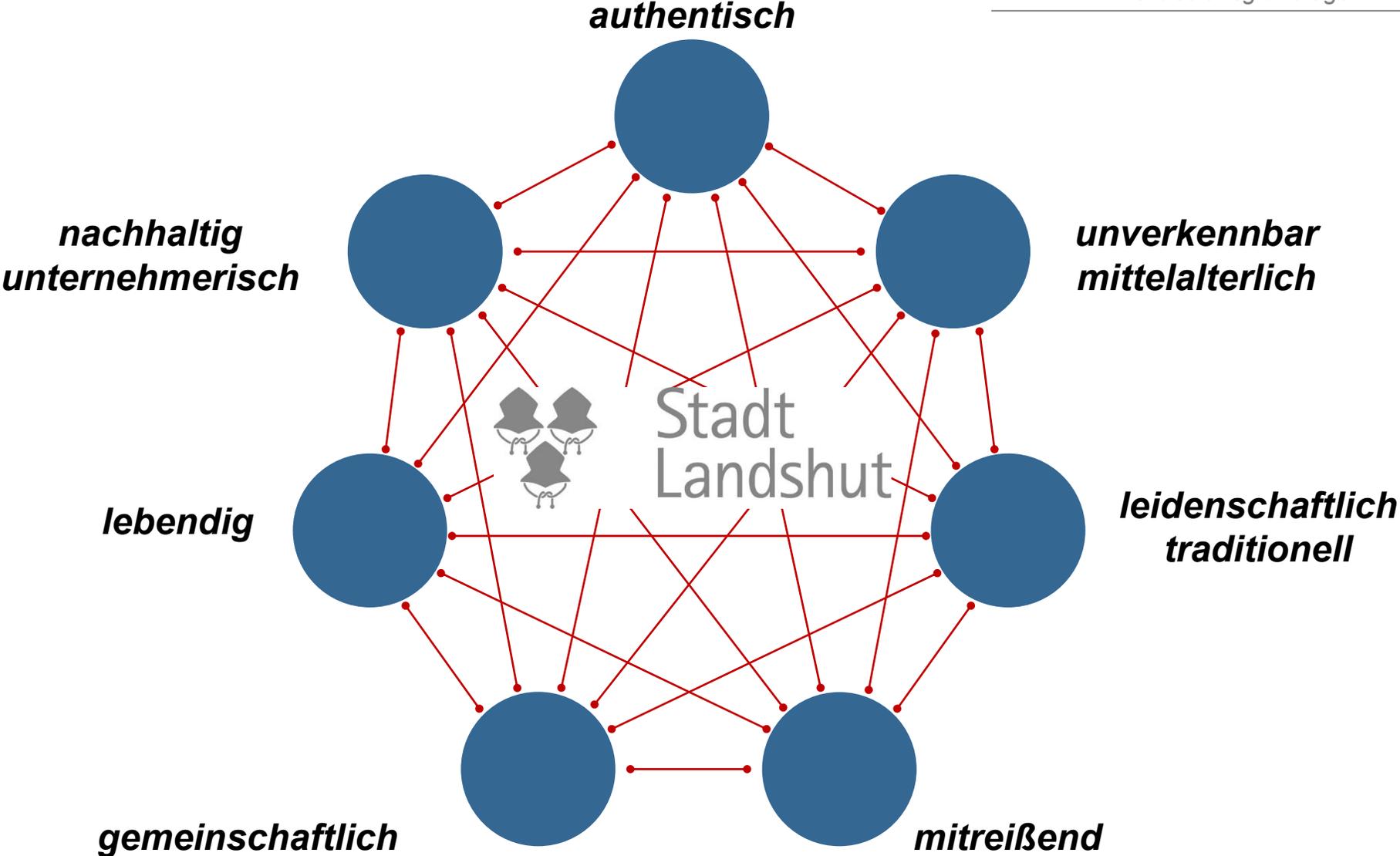
# ABLEITUNG VON MARKENKERNWERTEN

Diskussionsgrundlage



# Landshuts Markenkernwerte

Diskussionsgrundlage



# Positionierungsstatement und Markenclaim

## Das Positionierungsstatement...

- drückt Landshuts Anspruch aus,
- artikuliert ein Nutzenversprechen für die Stakeholder,
- vermittelt den einzigartigen Charakter Landshuts,
- gibt allen Stakeholdern Orientierung für das markenkonforme Verhalten.

→ **Kann sich an interne und externe Stakeholder richten**

→ **Zeigt die Facetten der Positionierung auf**

→ **Vermittelt die Kernbotschaften knapp und zugleich verständlich**

## Der Markenclaim...

- leitet sich aus dem Positionierungsstatement ab,
- drückt die Essenz der Differenzierung aus,
- weckt positive Assoziationen und emotionalisiert,
- bleibt im Ohr – ggf. auch ausländischen Stakeholdern,
- kann geschützt werden,
- hat kein „Verfallsdatum“,
- lässt sich universell einsetzen.

→ **Richtet sich primär an externe Stakeholder**

→ **Muss nicht selbsterklärend sein**

→ **Macht neugierig**

# Positionierungsstatement der Stadt Landshut

**Die engagierte Gemeinschaft Landshuts zieht mit dem authentischsten  
Mittelaltererlebnis der Welt Besucher in den Bann, stärkt den  
Wohlstand durch nachhaltiges Unternehmertum und bietet eine  
verlässliche und (er)-lebenswerte Heimat mit großem Zusammenhalt.**

# Positionierungsstatement der Stadt Landshut

*gemeinschaftlich*

*authentisch*

Die engagierte Gemeinschaft Landshuts zieht mit dem authentischsten

*unverkennbar mittelalterlich*

*lebendig*

*mitreißend*

Mittelaltererlebnis der Welt Besucher in den Bann, stärkt den

*nachhaltig unternehmerisch*

Wohlstand durch nachhaltiges Unternehmertum und bietet eine

*leidenschaftlich traditionell*

*gemeinschaftlich*

verlässliche und (er)-lebenswerte Heimat mit großem Zusammenhalt.

# Kategorien der Markenstilistik

## Visuelle Markenstilistik

---

### Farbe

Gibt es eine dominante Markenfarbe?

### Form

Gibt es eine markante Grundform?

### Architektur

Gibt es einen konkreten Architekturstil, der für die Marke steht?

### Bild

Repräsentiert ein Schlüsselbild die Markenwelt?

### Symbol

Gibt es ein Symbol, welches für die Marke steht?

### Persönlichkeit

Repräsentiert eine Persönlichkeit die Marke?

### Schrift

Hat die Marke eine typische Schrift?

### Spezifisches Stilelement

Gibt es ein weiteres spezifisches Stilelement?

## Non-Visuelle Markenstilistik

---

### Taktung

Wie schnell oder langsam ist die Marke relativ zu ihrem Wettbewerbsumfeld getaktet?

### Ritual

Gibt es ein Ritual, das für die Marke steht?

### Nomenklatur

Gibt es ein markenspezifisches Schlüsselwort, Wortteil oder Akronym?

### Sensorik

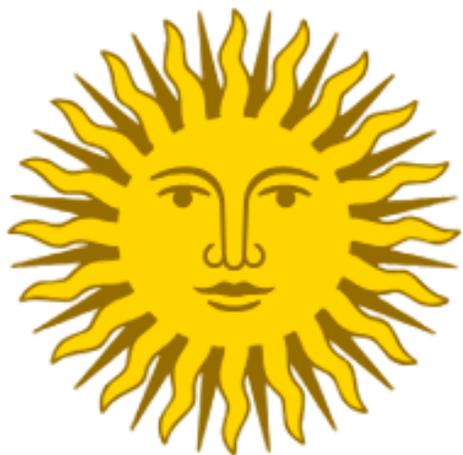
Welche Sinne spricht die Marke neben dem Sehsinn in welcher Weise an?



herzo



STADT  
HERZOGENAURACH



*L. Moritz*®

TOP OF THE WORLD



• LIVE

VIEWS

DIRECTORY

SHOP



← WEBCAMS

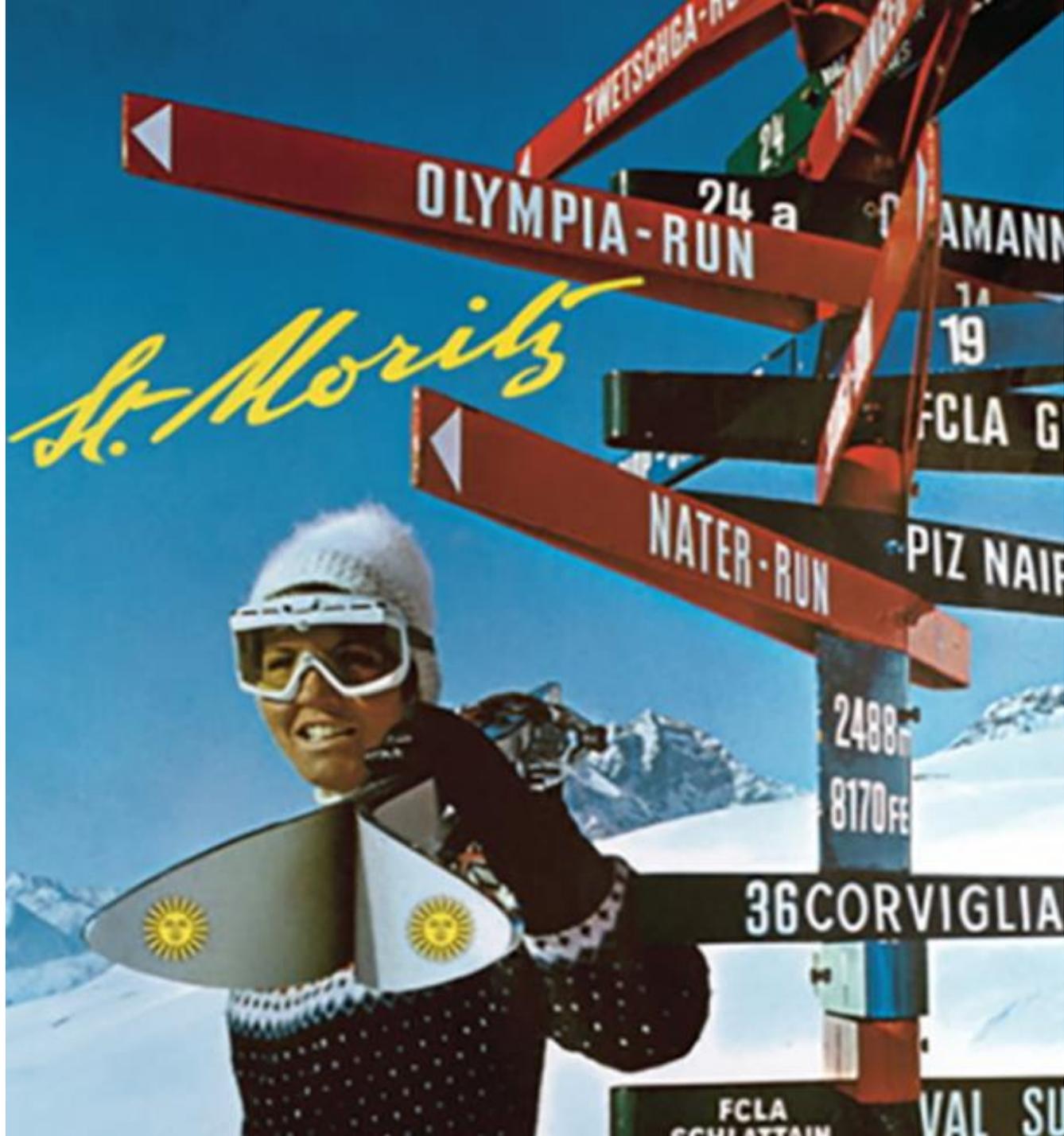
TOP OF THE WORLD REPORT

BERGBAHNEN →

ST. MORITZ | DIENSTAG, 12. NOVEMBER 2024 | 14:24

*S. R. Moritz*®







St. Moritz

AMUSEMENTS ON THE LAKE

St. Moritz hält den Geist aufrecht und bietet Alternativen

**GENEVA** ~~A~~ **LIVE**

LIVE

GENEVA/HEAD OF TIME

GENEVA/ANALYSE

GENEVA/ATTRACTIVE

GENEVA/HEAD OF TIME

GENEVA/ACHIEVEMENT

GENEVA/AMBITIOUS

GENEVA/ACCESSIBLE

GENEVA/ACHIEVEMENT

GENEVA/AMBITIOUS

ADOR

GENEVA/AUDIENCE

GENEVA/ACCOMPLISHED

GENEVA/AMBASSADOR

GENEVA/AUDIENCE

GEN

GENEVA/ACTIVE

GENEVA/AT YOUR SERVICE

GENEVA/SAP

GENEVA/ACTIVE

GENEVA/AT YOUR SERV

MIC

GENEVA/ADVANCED

GENEVA/GREEMENT

GENEVA/ACADEMIC

GENEVA/ADVANCED

GE

GENEVA/APPOINTMENT

GENEVA/ATTRACTIVE

GENEVA/AGENDA

GENEVA/APPOINTMENT

GENEVA/ATTRACTIVE

ORK

GENEVA/HEAD OF TIME

GENEVA/ANALYSE

GENEVA/AFTER WORK

GENEVA/HEAD OF TIME

C

GENEVA/ACHIEVEMENT

GENEVA/AMBITIOUS

GENEVA/ACCESSIBLE

GENEVA/ACHIEVEMENT

GENEVA/AMBITIOUS

# Markenclaim

## Der Markenclaim...

- leitet sich aus dem Positionierungsstatement ab,
- drückt die Essenz der Differenzierung aus,
- weckt positive Assoziationen und emotionalisiert,
- bleibt im Ohr – ggf. auch ausländischen Stakeholdern,
- kann geschützt werden,
- hat kein „Verfallsdatum“,
- lässt sich universell einsetzen.

→ **Richtet sich primär an externe Stakeholder**

→ **Muss nicht selbsterklärend sein**

→ **Macht neugierig**



# Landshut hall !

Landshuter Bartlmädult

23. August – 01. September 2024





BAUER  
BAUER  
BAUER  
MBS CONSULTING  
DORRONS  
19  
BAUER  
AIR AU ROBE

ONESOLAR

ONESOLAR

SOLAR

ONE

Fenster + Türen

St. Lem is a Wirtschaft  
THAUS

Spezialist für  
Messer;



Stadt  
Landshut

# Landshut hall !





# Landshut hall! !



Spektakel Landshut

15. – 17. September 2024



# Landshut hall!

Der Verein der Freunde & Verwandten der  
LANDSHUTER HOCHZEIT 1475

Landshuter Hochzeit 2027

Stadt  
Landshut



calle Salate  
preparat

3,90

Reben  
preparat  
2,15

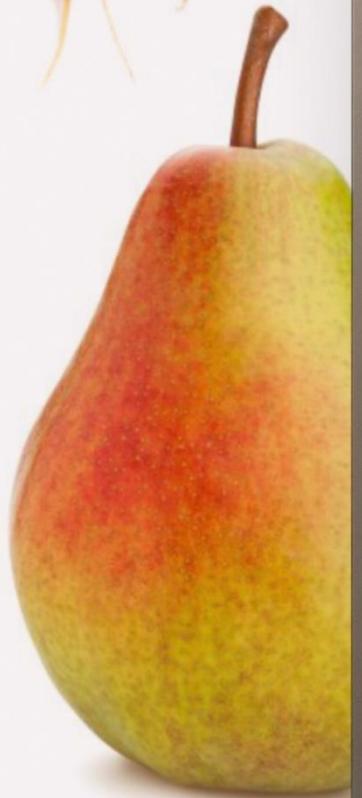
Paprika  
0,60



Stadt  
Landshut



# Landshut hall !



Wochenmarkt Landshut jeden Freitag in der Neustadt

